

هنر و فن

کافی شاپ داری

نویسنده

اصغر گرشاسبی



شبگیر

سرشناسه: گرشاسبی، اصغر؛ ۱۳۲۶-
عنوان و نام پدیدآور: هنر و فن کافی شاپ داری / نویسنده اصغر گرشاسبی
مشخصات نشر: تهران: شبگیر، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری: ۱۹۲ ص.: مصور (رنگی)؛ ۱۹/۵×۹ س.م.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۸۸۸-۰-۹
وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
یادداشت: واژه‌نامه.
یادداشت: کتابنامه.
موضوع: کافی شاپ
رده‌بندی کنگره: ۹۱۳۹۰ TX۹۴۵/گ۴
رده‌بندی دیویی: ۶۴۵/۹۵
شماره کتابشناسی ملی: ۲۶۲۵۰۹۸



سنگین

دفتر مرکزی، انقلاب، خ ۱۲ فروردین، کوچه نوروز، شماره ۱، تلفن: ۶۶۴۶۲۲۰۹

هنر و فن کافی شاپ داری

امیر گرشاسبی

وزیراستار، سید علی منوری

چاپ اول، ۱۳۹۱، تهران

حروفنگار و صفحه آرا، تارا درزی

لینوگرافی، صدف

چاپ، مهارت

صحافی، نرایی

شمارگان، ۱۱۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۸۸۸-۰۹

ISBN: 978-600-92888-0-9

قیمت: ۶۰۰۰ تومان

فهرست

۷	 مقدمه و زلف
۱۱	 فصل اول: تاریخچه پیدایش قهوه و کافی شاپ
۲۹	 فصل دوم: اصول مکان‌یابی کافی شاپ
۳۵	 فصل سوم: شروع از صفر در مقابل پذیرش نمایندگی کافی شاپ
۴۷	 فصل چهارم: تهیه طرح بوجیهی کافی شاپ
۵۳	 فصل پنجم: طراحی داخلی و دکوراسیون کافی شاپ
۷۱	 فصل ششم: تجهیزات مورد نیاز کافی شاپ
۸۳	 فصل هفتم: پرسنل کافی شاپ
۱۰۵	 فصل هشتم: طراحی لوگو و نابلو کافی شاپ
۱۱۱	 فصل نهم: تبلیغات و جذب مشتری برای کافی شاپ
۱۳۳	 فصل دهم: طرز تهیه محصولات متداول کافی شاپ
۱۵۳	 فصل یازدهم: طراحی منوی کافی شاپ
۱۶۳	 فصل دوازدهم: آداب استفاده از کافی شاپ
۱۷۱	 واژه‌شناسی

مقدمه مؤلف

با توجه به تعداد بسیار زیاد افرادی که طرفدار قهوه می‌باشند و فروشگاه‌هایی که روزبه‌روز در حال رشد هستند، افتتاح یک کافی‌شاپ می‌تواند تجارتی سریع و نسبتاً کم‌هزینه به حساب آید. در مقایسه با یک بوتیک لباس فروشی که برای راه‌اندازی آن باید ده‌ها میلیون تومان هزینه کرد، می‌توان کافی‌شاپی احداث کرد که بسته به اندازه و موقعیت آن به مراتب کم‌هزینه‌تر باشد.

اگرچه کافی‌شاپ‌داری یک نوع تجارت مواد غذایی است، اما نسبت به حرفه‌هایی مانند رستوران‌داری به مراتب سود خالص بیشتری را عاید سرمایه‌گذار خود می‌کند و استهلاک کمتری نیز دارد. مردم به تدریج در حال روی آوردن به این مکان دلپذیر هستند، به گونه‌ای که می‌توان به آن به عنوان جزء جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری افراد نگاه کرد.

قهوه در دنیا طرفداران زیادی دارد و امروزه دومین محصول بزرگ درآمدزا در بازار مصرف جهان محسوب می‌شود. روزانه حدود ۳۳۰ میلیون فنجان قهوه در جهان توسط مشتریان کافی‌شاپ‌ها مصرف می‌شود و این بهترین دلیل برای احداث کافی‌شاپ است. با یک برنامه‌ریزی دقیق شما هم می‌توانید بهترین کافی‌شاپ ممکن را دایر

کنید. از این رو ایده تأسیس کافی‌شاپ، ایده جذاب و اغواکننده‌ای به نظر می‌رسد. البته در کنار انواع قهوه در کافی‌شاپ‌های امروزی، ده‌ها محصول خوردنی و نوشیدنی دیگر نیز عرضه می‌شود که گاه میزان فروش این محصولات بسیار بیشتر از فروش قهوه است.

همسو با سایر نقاط دنیا در سال‌های اخیر در شهرهای بزرگ کشورمان و به ویژه تهران کافی‌شاپ‌های زیادی راه‌اندازی شده‌اند. در عین حال می‌توان مشاهده کرد که بسیاری از کافی‌شاپ‌ها نیز بعد از مدتی فعالیت به دلایل مختلف، از جمله زیان‌دهی، به کار خود پایان داده‌اند.

به طور کلی هر کار با حرفه‌ای برای این که برداشت اولیه مناسبی در ذهن مخاطبان خود ایجاد کند تنها یک شانس دارد و کافی‌شاپ نیز در این میان از این قاعده مستثنی نیست. اگر سرمایه‌گذار در انتخاب محل راه‌اندازی کافی‌شاپ اشتباه کند، در واقع مهلک‌ترین خطا را مرتکب شده است. جو و حال و هوای کافی‌شاپ و عوامل متعدد دیگری که در ادامه به آنها اشاره می‌کنیم در موفقیت یا شکست کافی‌شاپ نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. اگر مشتری از آنچه که در کافی‌شاپ می‌بیند و بابت آن پول می‌پردازد خوشش نیاید دیگر به آن محل برنمی‌گردد. از این رو کسانی که قصد ورود به حرفه کافی‌شاپ‌داری دارند باید تمامی جوانب کار را مد نظر قرار دهند. هدف ما از نگارش این کتاب این است که علاقه‌مندان به این حرفه را با مباحث کلی و ریزه‌کاری‌های اداره یک کافی‌شاپ سودآور آشنا کنیم.

نویسنده این سطور، به عنوان فردی که پس از قریب ۲۵ سال کار دولتی وارد حرفه کافی‌شاپ‌داری شده، از بدو آشنایی با این کار در صدد تهیه کتابی برای علاقه‌مندان بوده است. آشنایی با آقای امیر ناهید و همکاری در یکی از شعب امیرچاکلت و حمایت مادی و معنوی ایشان من را بر آن داشت تا با مطالعه منابع متعدد مبادرت به تألیف کتابی تحت عنوان «میر و فن کافی‌شاپ‌داری» کنم. حال که در پاییز سال ۱۳۹۰ به سر می‌بریم به حمدالله این کار به اتمام رسیده و حاصل آن در اختیار علاقه‌مندان است.

با توجه به شناختی که از حرفه کافی‌شاپ‌داری به دست آورده بودم، دوازده رکن یک کافی‌شاپ موفق را مکان مناسب، دکور جذاب، راحتی و آرامش محل، تمیزی محل، کیفیت محصولات، شکل و تمیزی ظروف، امکانات جانبی، رفتار پرسنل، بهای مناسب، سرعت سرویس‌دهی و تیپ مشتریان تشخیص دادم و بر این اساس مباحث کتاب را حول دوازده فصل سازماندهی کردم هرچند که عناوین فصل‌ها الزاماً با ارکان دوازده‌گانه فوق انطباق ظاهری ندارد اما تلاش کردم چیزی از قلم نیافتد و حتی المقدور مسائل مهم در این خصوص مطرح شوند. در انتها نیز یک واژه‌نامه حاوی بیش از صد واژه و اصطلاح متداول در کار کافی‌شاپ‌داری را فهرست کردم.

در همین‌جا از آقای حسین جلالی که در ترجمه مطالب گردآوری‌شده به نگارنده کمک زیادی نمودند، همچنین از آقای سیدعلی منوری که زحمت ویراستاری این اثر را تقبل نمودند و در

نهایت آقای محمدی، مدیریت انتشارات شبگیر، به جهت عنایت به چاپ این اثر تشکر می‌کنم.

از آنجایی که این اثر مانند هر اثر دیگری خالی از نقص نیست، موجب امتنان است که صاحب‌نظران دیدگاه‌های خود را در مورد کاستی‌های آن به اطلاع نویسنده برسانند.

اصغر گرشاسبی

پاییز ۱۳۹۰